

**SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MAKELAR
KASUS PAJAK PASCA PEMBERITAAN GAYUS TAMBUNAN
DI SURAT KABAR JAWA POS**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Masyarakat Surabaya terhadap Makelar Kasus
Pajak Pasca Pemberitaan di surat kabar Jawa Pos)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

FEBRITHA HERGIANA

0643010245

**YAYASAN PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAWA TIMUR
2010**

**SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MAKELAR KASUS PAJAK
PASCA PEMBERITAAN GAYUS TAMBUNAN
DI SURAT KABAR JAWA POS**

(Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Makelar Kasus Pajak
Pasca Pemberitaan Gayus Tambunan di Surat Kabar Jawa Pos)

Disusun Oleh :

FEBRITHA HERGIANA
0643010245

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal : 2 September 2010

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 3 6704 95 0036 1

Tim Penguji :
1. Ketua

Juwito, S.Sos.M.Si
NPT. 3 6704 95 0036 1
2. Sekertaris

Ir.H.Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 19900 1001
3. Anggota

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 0036 1

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah **ahirabbil'aalamiin**, Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia serta rahmat-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"SIKAP MASYARAKAT TERHADAP MAKELAR KASUS PAJAK PASCA PEMBERITAAN GAYUS TAMBUNAN DI SURAT KABAR JAWA POS"** (Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Masyarakat Surabaya terhadap Makelar Kasus Pajak di Surat Kabar Jawa Pos)

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi banyak terdapat kekurangan-kekurangan, hal ini disebabkan sangat terbatasnya ilmu yang penulis miliki serta kekurangannya pengalaman dalam membuat skripsi. Penulisan skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bimbingan dari Bapak Juwito, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat mahasiswa dalam menempuh pendidikan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Jawa Timur."

Keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik materiil dan sprituil. Atas segala bantuan tersebut penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. DR. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor UPN "Veteran" Jatim
2. Ibu Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Keluarga tercinta, Papa dan Mama, dan kedua Adikku Tia dan Fani yang turut membantu baik dukungan maupun materiel pada penulis.

4. Teman-teman dBasecamp Farida, Mb' Evi, Eva, Rere, Dini, Dhani Farhan Dan Dianto, terima kasih atas motivasi kalian semua
5. Teman-teman Kos Djeni, Ria, Dhepi, Dida, Nupy' dan Lina, tiap malam menemani begadang dalam pengerjaan skripsi ini
6. Teman seperjuangan selama pengerjaan skripsi Rina, Rizka and Neela and I.W.B.W.U. . . thank'z for everything

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua, Amin.

Surabaya, September 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Surat Kabar Sebagai Media Komunikasi Massa	12

2.1.2 Definisi Berita.....	13
2.1.3 Jenis Berita.....	16
2.1.4 Surat Kabar.....	18
2.1.5 Sikap.....	22
2.1.6 Pemberitaan Makelar Kasus Pajak.....	25
2.1.7 Makelar Kasus.....	28
2.1.8 Pajak.....	29
2.1.9 Teori Stimulus Organism Response (S-O-R).....	34
2.2 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.1.1 Sikap Masyarakat terhadap Makelar Kasus Pajak Pasca Pemberitaan Gayus Tambunan di surat kabar Jawa Pos.....	41
3.2 Populasi, Sampel dan Tehnik Penarikan Sampel.....	49
3.2.1 Populasi.....	49
3.2.2 Sampel dan Tehnik Penarikan Sampel.....	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4 Metode Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Surat Kabar.....	53
4.1.1 Perkembangan Surat Kabar di Surabaya.....	53

4.1.2 Gambaran Umum Jawa Pos	55
4.1.2.1 Sejarah Berdirinya Jawa Pos	55
4.1.2.2 Pembaharuan Manajemen Jawa Pos	57
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data	58
4.2.1 Karakteristik Responden	59
4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden	59
4.2.1.2 Usia Responden.....	60
4.2.1.3 Pendidikan Responden	61
4.2.1.4 Pekerjaan Responden	61
4.2.2 Aspek Kognitif.....	62
4.2.2.1 Pengetahuan Responden tentang tentang Berita Makelar Kasus Pajak	62
4.2.2.2 Pengetahuan Responden tentang Markus Pajak Mendapat <i>Fee</i> (uang jasa) dari Kasus Pajak yang Ditangani.....	64
4.2.2.3 Pengetahuan Responden tentang Para Markus Pajak Tidak Hanya Berasal Dari Aparat Pajak	65
4.2.2.4 Pengetahuan Responden tentang Para Markus Pajak Merugikan Uang Negara.....	66
4.2.3 Aspek Afektif	67
4.2.3.1 Pendapat Responden tentang Kekhawatiran Para Wajib Pajak Pasca Pemberitaan Makelar Kasus Pajak di Surabaya	68

4.2.3.2 Pendapat Responden tentang Perasaan Marah atas Uang Pajak yang Digunakan Pribadi oleh Para Markus Pajak....	69
4.2.3.3 Pendapat Responden tentang Kewaspadaan terhadap Markus-Markus Pajak Lainnya yang Masih Ada.....	70
4.2.3.4 Pendapat Responden tentang Timbulnya Rasa Aman Setelah Aparat Kepolisian Melakukan Penangkapan terhadap Para Oknum Markus Pajak.....	72
4.2.4 Aspek Konatif	73
4.2.4.1 Sikap Responden Jika Mendapati Markus Pajak akan Dilaporkan Ke Aparat Kepolisian	73
4.2.4.2 Sikap Responden akan Mendukung Para Penyidik Kepolisian untuk Segera Menangkap Markus Pajak yang Masih Ada	75
4.2.4.3 Sikap Responden Untuk Berhati-Hati Saat Pembayaran di Kantor Pajak.....	76
4.2.5 Kategorisasi Peraspek	77
4.2.6 Kategorisasi Secara Umum	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	8

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Usia Responden	60
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	61
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	62
Tabel 4.5 Pengetahuan Responden tentang Berita Makelar Kasus Pajak	63
Tabel 4.6 Pengetahuan Responden tentang Markus Pajak Mendapat <i>Fee</i> (uang jasa) dari Kasus Pajak yang Ditangani	64
Tabel 4.7 Pengetahuan Responden tentang Para Markus Pajak Tidak Hanya Berasal dari Aparat Pajak	65
Tabel 4.8 Pengetahuan Responden tentang Para Markus Pajak Merugikan Uang Negara	66
Tabel 4.9 Pendapat Responden tentang Kekhawatiran Para Wajib Pajak Pasca Pemberitaan Makelar Kasus Pajak	68
Tabel 4.10 Pendapat Responden tentang Perasaan Marah atas Uang Pajak yang Digunakan Pribadi oleh Para Markus Pajak	69
Tabel 4.11 Pendapat Responden tentang Kewaspadaan terhadap Markus-Markus Pajak Lainnya yang Masih Ada	71
Tabel 4.12 Pendapat Responden tentang Timbulnya Rasa Aman setelah Aparat Kepolisian Melakukan Penangkapan terhadap Para Oknum Markus Pajak	72
Tabel 4.13 Sikap Responden Jika Mendapati Markus Pajak akan	

Dilaporkan ke Aparat Kepolisian	74
Tabel 4.14 Sikap Responden akan mendukung para penyidik Kepolisian untuk segera Menangkap Markus Pajak yang Masih Ada	75
Tabel 4.15 Sikap Responden untuk Berhati-hati Saat Pembayaran Pajak di Kantor Pajak	76
Tabel 4.16 Aspek Kognitif	77
Tabel 4.17 Aspek Afektif	78
Tabel 4.18 Aspek Konatif	79
Tabel 4.19 Aspek Secara Umum	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Model Teori S-O-R	36
Gambar 2 Kerangka Berpikir	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	85
Lampiran 2 Tabel Perolehan Data Kuesioner Sikap Kognitif	90
Lampiran 3 Tabel Perolehan Data Kuesioner Sikap Afektif	93
Lampiran 4 Tabel Perolehan Data Kuesioner Sikap Konatif	96
Lampiran 5 Tabel Perolehan Total Sikap	100

ABSTRAKSI

FEBRITHA HERGIANA, SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MAKELAR KASUS PAJAK PASCA PEMBERITAAN GAYUS TAMBUNAN DI SURAT KABAR JAWA POS (Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Masyarakat Terhadap Makelar Kasus Pajak Pasca Pemberitaan Gayus Tambunan Di Surat Kabar Jawa Pos)

Penelitian ini didasarkan atas fenomena tentang adanya makelar kasus pajak di tubuh Mabes POLRI yang melibatkan salah satu pegawai Ditjen Pajak Gayus Tambunan. Salah satu alat bukti yang disita dari Gayus Tambunan adalah uang dalam rekening sebesar 25 M, menurut PPATK uang dalam rekening tersebut kebanyakan berasal dari wajib pajak. Tujuan penelitian ini yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Sikap Masyarakat Surabaya terhadap Makelar Kasus Pajak Pasca Pemberitaan Gayus Tambunan di Surat Kabar Jawa Pos.

Teori yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yaitu teori Stimulus-Organism-Respon untuk mengetahui bagaimana sikap masyarakat Surabaya terhadap makelar kasus pajak pasca mereka membaca berita mengenai Gayus Tambunan di surat kabar Jawa Pos. Stimulus yaitu pesan yang disampaikan dapat berupa tanda dan lambang. Organism adalah diri komunikan sebagai penerima pesan. Selanjutnya Selanjutnya response diartikan efek sebagai akhir dalam proses komunikasi yang menimbulkan perubahan kognitif, afektif dan konatif pada diri komunikan.

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuesioner menggunakan random sampling, yakni pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut yaitu masyarakat Surabaya. Jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 100 responden.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden cenderung mempunyai sikap positif yang berarti masyarakat menolak adanya markus pajak, dan berharap aparat kepolisian segera menuntaskan kasus tersebut dan menangkap para markus pajak agar tidak menimbulkan keresahan dimasyarakat.

Kata Kunci : Sikap, Masyarakat Surabaya, Makelar Kasus Pajak, Gayus Tambunan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan masyarakat modern, komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang memegang peranan penting terutama dalam proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memudahkan masyarakat dalam menerima informasi-informasi tentang peristiwa-peristiwa, pesan, pendapat, berita, ilmu pengetahuan dan lain sebagainya. Untuk menyebarkan informasi-informasi kepada khalayak yang bersifat masal dibutuhkan media. Media yang dapat mengkoordinir semua itu adalah media massa. Menurut Effendi (1993:82) “media massa memiliki kemampuan untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan dalam jarak yang jauh”.

Media massa dapat dibagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media penyampai pesan seperti televisi dan radio sangat penting bagi kehidupan masyarakat dewasa ini. Namun pemberitaan disurat kabar juga punya kelebihan yaitu mampu merekam atau dapat didokumentasikan, tidak demikian dengan televisi atau radio yang begitu dilihat, didengar, begitu juga hilang dari pendengaran dan penglihatan khalayak karena sifatnya yang sekilas (Effendy,2005:156). Sementara media cetak bisa dibaca kapan saja, walaupun tergantung pada periodisasi waktu terbit.

Media cetak sekarang ini berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik pada para pembacanya, tentunya dengan memberikan berita yang akurat dan cepat. Kesemuanya itu, seperti gambar, *headline*, dan tentunya isi pemberitaan haruslah menarik, karena dengan begitu akan mempengaruhi orang untuk membacanya. Karena isi berita media cetak yang memberi informasi, mempengaruhi sikap masyarakat, tentunya hal ini juga berpengaruh pada masyarakat pembaca itu sendiri, baik sikap, perilaku, dan hal-hal lainnya. Termasuk dalam hal mempengaruhi kesenangan dan ketidaksenangan pembaca terhadap situasi yang ada.

Media cetak surat kabar mempunyai kelebihan lain selain mampu untuk membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting, yaitu memungkinkan penyampaian pesan secara serempak dalam waktu yang singkat dan bersamaan kepada para pembacanya yang bersifat *anonym*, heterogen, dan secara fisik berjauhan. Kelebihan lain yang dimiliki oleh media cetak yang tidak dimiliki oleh media massa elektronik adalah media massa termasuk surat kabar yang memberikan kesempatan berfikir dan berefleksi kepada pembacanya yang justru pada kesempatan untuk berefleksi itulah letak kesanggupan manusia berfikir dan berkomunikasi dengan dirinya sendiri maupun dengan lingkungannya. Surat kabar mampu memberi informasi yang lebih lengkap, bisa dibawa kemana-mana, terdokumentasi sehingga mudah diperoleh bila diperlukan. Sekarang diperkirakan ada 45 orang penduduk Indonesia minimal ada satu orang yang berlangganan surat kabar (Cangara, 2003:127). Dengan demikian dapat

dikatakan surat kabar sudah merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat.

Dengan kelebihan surat kabar tersebut, maka surat kabar dianggap lebih efektif dalam menyampaikan berbagai macam informasi. Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat dan selera baca.

Informasi yang mengandung berita tersebut diproduksi dan didistribusikan oleh pers yang mengandung peran ganda sebagai produsen berita dan saluran dalam sebuah proses komunikasi. Pers sebagai pengembang antara komunikator dan komunikan untuk membangun dan mencerdaskan melalui informasi yang dibacanya. Informasi yang disajikan pada surat kabar melalui proses pesan –pesan yang dilakukan wartawan dan redaktur sehingga menjadi informasi akurat. Dalam konteks komunikasi wartawan dan redaktur disebut sebagai gate keeping.

Berita pada hakikatnya merupakan laporan tentang peristiwa penting yang dituliskan media kepada khalayak, berita masih baru dan dipublikasikan. Peristiwa tidak akan menjadi berita bila tidak dipublikasikan di media massa secara periodik (Muslimin, 2006:6).

Sebagai salah satu bentuk media massa, surat kabar juga dapat membawa dampak bagi masyarakat baik berupa persepsi atau sikap. Disini peneliti ingin mengetahui efek pemberitaan surat kabar sebagai salah satu bentuk media massa terhadap sikap masyarakat setelah membaca surat kabar mengenai kejadian/fenomena tertentu.

Salah satu fenomena beritanya adalah berita makelar kasus pajak Gayus Tambunan yang saat ini sering menjadi berita utama (*headline*) di media massa. Berbagai media massa, baik cetak maupun elektronik gencar dengan pemberitaan makelar kasus pajak Gayus. Pemberitaan ini muncul sejak pertengahan bulan Maret 2010 sampai penelitian ini dilakukan, setelah melalui pemeriksaan makin banyak aparat Polri, Jaksa, Hakim dan pegawai Ditjen Pajak yang terlibat dalam kasus tersebut.

Pemberitaan makelar kasus pajak ini bermula, saat bintang tiga nonjob Komjen Pol Susno Duadji mengungkapkan adanya makelar kasus (*markus*) pajak di tubuh Mabes Polri. Susno menyampaikan adanya *money laundering* (pencucian uang) yang melibatkan seorang pegawai Ditjen Pajak GT (Gayus Tambunan). Salah satu alat bukti yang disita dari GT adalah sebuah rekening berisi uang Rp 25 M. (Jawa Pos, 19 Maret 2010)

Pada 7 Oktober 2009, jaksa menerima surat pemberitahuan dimulainya penyidikan (SPDP) dengan tersangka Gayus. Dia disangka dengan pasal tindak pidana korupsi, pencucian uang (*money laundering*), dan penggelapan. Menurut analisis jaksa, Gayus seorang PNS pada Ditjen Pajak yang memiliki rekening Rp 25 Miliar di Bank Panin. Itu dasar diberikannya tiga sangkaan. Namun, setelah dipelajari, dalam berkas perkara diketahui pemilik uang adalah Andi Kosasih (AK), pengusaha property dari Batam. Andi dan Gayus bersepakat bekerja sama mencari tanah untuk pembangunan ruko di Jakarta Utara. Total biaya USD 6 juta. Mereka membuat perjanjian tertulis pada 25 Mei 2008. dan itu diserahkan secara tunai dalam enam tahap. Total yang sudah diserahkan USD 2.810.000.

Namun, jaksa mencurigai adanya dana Rp 395 juta dari pihak ketiga, yakni PT Mega Karya Garmino (MKG), untuk pengurusan pajak. Uang masuk dalam dua tahap melalui rekening BCA. Selain itu, PT tersebut sudah bubar. Kemudian jaksa meminta agar uang Rp 395 juta disita dan ini masuk dalam penggelapan. Dalam sidang di PN Tangerang, jaksa memberikan tuntutan hukuman pidana satu tahun. Alasannya, uang tersebut belum dinikmati dan masih ada dalam rekening. Tapi, majelis hakim memvonis bebas Gayus. (Jawa Pos, 23 Maret 2010)

Anggota Satgas Pemberantasan Mafia Hukum yang juga Kepala Pusat Penelusuran dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) Yunus Husein mengatakan, uang di rekening Gayus Tambunan Rp 25 M tidak semua dimiliki Andi Kosasih. Yunus mengatakan, uang dalam rekening tersebut kebanyakan berasal dari wajib pajak. (Jawa Pos, 27 Maret 2010)

Terbongkarnya adanya makelar kasus pajak di tubuh Ditjen Pajak yang dilakukan salah satu pegawainya Gayus Tambunan. Hal ini menjadikan pukulan telak dalam penegakan hukum di negeri ini. Sejumlah reaksi kekecewaan masyarakat pun muncul di situs jejaring social Facebook, “Gerakan 1.000.000 Facebooker dukung boikot bayar pajak untuk keadilan”. Jejaring ini mewakili kekecewaan dan ungkapan emosional masyarakat Indonesia. Rakyat berharap agar pajak yang mereka bayarkan dapat dikelola dengan benar sehingga mampu mendapatkan kesejahteraan yang lebih baik. Namun, sesuatu yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan. Pajak yang seharusnya digunakan untuk kesejahteraan masyarakat dan pembangunan malah digunakan sendiri oleh aparat pajak. (<http://www.inilah.com>)

Ketua Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) Widijiantoro menilai, terungkapnya adanya makelar kasus pajak dapat memicu krisis kepercayaan masyarakat, sehingga mereka enggan bayar pajak. Menurut dia, sikap masyarakat seperti itu sebenarnya bentuk dari keinginan dan harapan agar aparat Negara khususnya yang mengelola keuangan Negara dapat menunjukkan kredibilitasnya. Saat ini, seharusnya ada upaya untuk mengembalikan kepercayaan publik karena krisis kepercayaan itu. Apabila krisis kepercayaan masyarakat semakin meluas, bisa menjadi ancaman serius, bukan hanya di sektor pajak, tetapi juga sektor lainnya termasuk perbankan. (<http://erabaru.net/era-baru/11999>)

Menurut ketua DPP Partai Amanat Nasional Bara Hasibuan mengatakan “Publik pantas kecewa atas skandal pajak yang melibatkan Gayus Tambunan serta aparat hukum lainnya. Dalam kasus ini, sebagai pembayar pajak kita punya hak dan posisi kuat untuk menuntut pemerintah agar melakukan investigasi secara komprehensif disamping juga memonitor jalannya investigasi. Namun, kita harus memisahkan persoalan antara pelanggaran hukum oleh aparat Ditjen Pajak dan kewajiban kita sebagai warga Negara. Membayar pajak bukan hanya merupakan kewajiban secara hukum, tetapi pajak juga adalah salah satu kontributor utama dalam pembiayaan program pemerintah”.(<http://www.antaranews.com>)

Peran surat kabar dalam menyampaikan pemberitaan makelar kasus pajak ini sangatlah penting, karena berita ini dapat mempengaruhi sikap masyarakat. Makelar kasus itu sendiri adalah seseorang yang menjadi perantara suatu perkara atas dasar imbalan dari seseorang yang mengalami suatu hal persoalan atau berperkara. Makelar kasus berbeda dengan mafia pajak, mafia pajak adalah suatu

organisasi yang sejajar dengan badan-badan pemerintahan resmi, mereka bertujuan untuk menguasai dan mengendalikan segala kegiatan politik dan ekonomi di suatu daerah. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi menarik untuk diangkat dalam penelitian ini yaitu ketika realitas sosial yang disampaikan melalui media cetak bisa mempengaruhi sikap masyarakat.

Hal ini menarik untuk diteliti karena media massa juga terdapat efek yaitu pembentukan dan perubahan sikap pada masyarakat. Dimana terdapat 3 komponen sikap yaitu kognitif (pengetahuan dan pengertian masyarakat tentang pemberitaan makelar kasus pajak), afektif (tentang apa yang dirasakan masyarakat terhadap makelar kasus pajak), dan konatif (kecenderungan berperilaku masyarakat terhadap makelar kasus pajak)

Berdasarkan konteks diatas, peneliti menempatkan media massa khususnya media cetak sebagai saluran informasi berita yang mempunyai peranan penting. Surat kabar sebagai bagian dari media massa dapat menjadi instrument untuk mempengaruhi kesadaran masyarakat. Sesuatu yang sebenarnya tidak berarti dapat menjadi berarti melalui penciptaan data-data yang disajikan media cetak, sekalipun data tersebut merupakan rekaan imajiner dari sang penulis berita atau sumber berita. Hal seperti ini sering terjadi di tengah-tengah masyarakat yang masih kuat dihadapi budaya isu dan intrik, dimana berita dianggap sebagai kenyataan dan kebenaran. Pada intinya berita yang ada dalam sebuah surat kabar bisa mengarahkan kesadaran masyarakat.

Gencarnya pemberitaan tentang makelar kasus pajak maka peneliti memilih surat harian Jawa Pos sebagai medianya. Jawa Pos adalah surat kabar

harian yang berpusat di Surabaya, Jawa Timur. Jawa Pos itu sendiri merupakan media atau sarana penyampai informasi yang menyajikan berita-berita umum.

Jawa Pos sendiri terbit dengan tiga seksi utama:

- Jawa Pos (utama), berisi berita-berita utama, politik, ekonomi/bisnis, Jawa Timur, nasional, internasional, dan rubrik-rubrik tematik lainnya.
- Metropolis, berisi berita Kota Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo dan Gresik), Deteksi (halaman untuk remaja, salah satunya berisi polling harian), hiburan, kesehatan, teknologi, dan rubric-rubrik “ringan” lainnya serta rubrik mingguan.
- Olahraga, berisi berita-berita olahraga, terutama ulasan mengenai sepak bola dan balap (Formula 1 dan moto GP). Seksi ini juga berisi iklan baris.
- Deteksi, berisi berita tentang kehidupan remaja, mulai dari otomotif, style, techno, movie hingga anime. Terdiri dari 3 halaman yang disisipkan pada bagian Metropolis. Hinggan kini detEksi Jawa Pos aktif mengadakan event seperti DetEksi Basketball League, dan Mading Championship.
(http://id.wikipedia.org/wiki/Jawa_Pos)

Melalui surat kabar Jawa Pos peneliti ingin mengetahui bagaimana sikap yang ditimbulkan masyarakat terhadap pemberitaan makelar kasus pajak Gayus Tambunan. Penelitian ini menggunakan Teori SOR singkatan dari stimulus, organism, response. Stimulus sendiri berarti pesan, komunikator memberikan pesan kepada komunikan. Organism berarti diri komunikan sebagai penerima pesan atau informasi dari komunikator. Setelah komunikan menyampaikan pesan, kemudian komunikan merespon dengan cara memperhatikan, dimengerti dan

menerima pesan yang disampaikan. Selanjutnya response diartikan efek sebagai akhir dalam proses komunikasi yang menimbulkan perubahan sikap kognitif, afektif dan konatif pada diri komunikan.

Faktor peneliti memilih masyarakat Surabaya sebagai objek penelitian karena Surabaya sebagai pembaca Jawa Pos terbanyak. Menurut survey AC Nielsen tahun 2009, secara nasional Koran Jawa Pos berolah 370 ribu eksemplar dan 60 % pangsanya diserap di Surabaya. Jumlah pembaca Jawa Pos diseluruh Indonesia diperkirakan mencapai angka hampir 3 juta orang, sementara pembaca Jawa Pos di Surabaya 1,4 juta orang. Maka sebagian besar tidak dipungkiri sebagian besar masyarakat Surabaya membaca pemberitaan makelar kasus pajak pada surat kabar Jawa Pos. (www.radarbanten/mod.php?mod)

Peneliti memilih lokasi penelitian ini kepada masyarakat Surabaya, khususnya masyarakat Surabaya yang membaca surat kabar Jawa Pos. Khalayak pembaca sasaran dalam penelitian ini dilakukan pada responden yang berusia 20 tahun ke atas, karena usia tersebut dapat dikatakan usia produktif dan individu telah dianggap dewasa sehingga dapat mempertanggung jawabkan pernyataanya. Pemilihan untuk masyarakat Surabaya karena Surabaya juga merupakan ibukota propinsi dan kota metropolis dimana terdapat banyak fasilitas-fasilitas sosial dan ekonomi, seperti pusat perbelanjaan dan pusat perkantoran sehingga masyarakat Surabaya memiliki tanggapan yang beragam atas berita yang mereka baca dari surat kabar.

Dari uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti Sikap masyarakat terhadap pemberitaan makelar kasus pajak di surat kabar Jawa Pos.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana sikap masyarakat Surabaya terhadap makelar kasus pajak Pasca Pemberitaan Gayus Tambunan di surat kabar Jawa Pos?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap masyarakat Surabaya terhadap makelar kasus pajak pasca pemberitaan Gayus Tambunan di surat kabar Jawa Pos?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian sikap masyarakat terhadap makelar kasus pajak ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bagi ilmu komunikasi diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan, penerapan teori-teori penelitian di bidang

ilmu komunikasi dengan keadaan nyata di lapangan berkaitan dengan kajian masalah sikap masyarakat.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pihak penerbit Jawa Pos, mengenai sikap masyarakat Surabaya terhadap pemberitaan makelar kasus pajak.